

pressemeldelse, Kohberg Bakery Group, den 3. juni 2019

Kohberg fortsat under pres

Regnskabet for 2018 viser et underskud hos Kohberg. En kraftig konkurrencesituation, stigende råvarepriser og prisudviklingen i produktionsomkostningerne lægges til grund. Nye tiltag og forbrugerreaktioner peger dog på, at der er lys forude.

- Vi ser fortsat, at hele brødbranchen generelt har stigende udfordringer med et vigende marked for frisk indpakket brød, samtidig oplever vi, at supermarkedskæderne fokuserer på egne brands, ligesom der er indikationer på, at der sælges flere varer til en lavere pris, siger Kohbergs administrerende direktør René Normann Christensen, der tiltrådte i marts i år.

Kohberg realiserer i 2018 en bundlinje på godt -26 millioner ud af en samlet omsætning på knapt 950 millioner, hvilket ledelsen betegner som et utilfredsstillende resultat. Omsætningen er i sig selv faldet omkring 25 millioner i forhold til året før, korrigeret for en engangsregulering på 46 millioner kroner året før.

- Konstateringen er, at den negative udvikling, vi ser i omsætningsvolumen kombineret med et øget prispres, betyder, at det er vanskeligt at holde vores produktionsmål, hvilket bidrager yderligere til den negative påvirkning af indtjeningen, siger René Normann Christensen.

Markante tiltag skaber lys forude

For nyligt har Kohberg meldt ud, at virksomheden udliciterer detailsalgsstyrken til et eksternt firma, og det er blot ét af de større effektiviseringstiltag, som det sønderjyske bageri har sat i søen i 2018 og 2019, og som virksomheden forventer at se den fulde effekt af i løbet af de kommende 2-3 år.

- Når vi udliciterer vores detailsalgsstyrke, så er det i bund og grund ikke med vores gode vilje. For netop vores salgskonsulenter har jo traditionelt været dem, der passede og plejede Kohberg-brandet ude i butikkerne og sikrede, at vores brød fik de placeringer de fortjente og var omgivet af de rigtige aktiviteter. Erkendelsen er imidlertid, at i dag foregår forhandlinger om priser, placeringer, aktiviteter mv. inde på kædekontorerne, og derfor er salgskonsulenternes råderum blevet indskrænket, så det ikke længere er lønsomt for os selv at drive salgsstyrken, siger René Normann Christensen.

Et af de positive ting i årets regnskab er, at Kohberg har nedbragt den rentebærende gæld med 16,9 millioner, ligesom selskabets EBITDA-indtjening har været positivt med 11,8 millioner kroner.

Tern skal øge markedsandele

I forlængelse af en ny brandstrategi lancerede Kohberg i begyndelsen af 2019 en ny designlinje, der samler brødet i ternet design ude i butikkerne. Dermed har Kohberg skabt et fælles Kohberg-brand, og gjort det nemt for forbrugerne at finde klassikere som Herkules og Proteinbrød. Designet har en klar reference til bageriets mere end 80 bagere – og deres bagerbukser.

- Ved at bruge de sort/hvide bagertern ønskede vi, at vores brød skulle opnå stor genkendelighed i butikkerne. Vi har netop gennemført en analyse, der viser, at forbrugerne har taget godt imod det nye design, og at netop budskabet om det gode håndværk er modtaget.

Trods mange nye tiltag hos Kohberg i det seneste år, er det fortsat nødvendigt at øge lønsomheden på vores bagerier og produkter, hvilket vi arbejder videre med i den nærmeste fremtid, siger René Normann Christensen.

For yderligere oplysninger, kontakt venligst administrerende direktør René Normann Christensen på telefon 24 23 46 77 eller mail rnch@kohberg.com

Årets tal, Kohberg Bakery Group

/t.kr	2018	2017	2016	2015
Nettoomsætning	948.982	922.279	942.613	996.581
Bruttoresultat	273.069	257.537	297.861	349.359
Årets resultat	-26.356	-5.737	-28.328	1.873
Egenkapital	88.184	112.038	113.817	140.060
Antal ansatte (Ca)	537	523	551	542